

BAB IV

KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Supply chain management (SCM) merupakan kombinasi antara seni dan ilmu pengetahuan yang dimaksudkan untuk memperbaiki cara sebuah perusahaan dalam menemukan komponen-komponen bahan baku yang diperlukan dalam rangka menghasilkan produk atau jasa dan mengirimkannya kepada konsumen.

Dengan demikian jika *supply chain management* tersebut diterapkan di dalam sebuah perusahaan ritel maka akan dapat digunakan untuk memperbaiki cara-cara perusahaan dalam menyediakan produk yang akan dijual kepada konsumen melalui tokonya. Hal ini karena *supply chain management* merupakan pedoman yang akan menyediakan strategi, sarana, dan teknik baik bagi pihak eksekutif maupun manajer di bidang pembelian, pengendalian persediaan, dan pelayanan konsumen.

Salah satu langkah yang dapat ditempuh untuk mengoptimalkan *supply chain* adalah dengan memanfaatkan sistem teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi selalu mengalami perkembangan yang makin lama makin kompleks. Penggunaan internet yang makin populer sebagai bentuk teknologi informasi mendorong setiap perusahaan dapat bekerjasama untuk membangun transaksi perdagangan secara *online* yang disebut dengan *electronic commerce* atau *e-commerce*.

E-commerce telah memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan *supply chain*. Perusahaan-perusahaan yang memproduksi barang secara fisik melihat internet sebagai suatu saluran distribusi secara langsung. Saluran distribusi langsung memiliki suatu keputusan dan tantangan yang berbeda dari saluran ritel yang ada selama ini. Saluran ini memiliki perbedaan dalam hal jenis konsumen, operasi pemenuhan pesanan, struktur biaya, kontribusi keuntungan, persyaratan logistik, harapan akan kualitas layanan, segmentasi pasar, akses informasi permintaan/penawaran, dan kebijakan *return* perusahaan.

E-commerce itu sendiri pada dasarnya terbagi atas dua jenis, yaitu aktivitas *business to customer* (B2C) dan *business to business* (B2B). B2C memfokuskan diri pada perdagangan antara perusahaan dengan konsumen akhir. Perusahaan-perusahaan yang menerapkan konsep B2C antara lain adalah toko buku online www.sanur.co.id dan situs ritel www.radioclick.com. Sedangkan B2B adalah perdagangan antar perusahaan yang dikenal dengan istilah *e-business*. *E-business* (bisnis elektronik) adalah bisnis yang segala aktifitasnya dilaksanakan di atas infrastruktur sistem informasi, khususnya internet. Mulai dari pemasaran, order, *tracking order* maupun penagihan, semuanya dilaksanakan secara online. Yang tidak bisa online hanya proses produksi barang-barang fisik dan teknis pengirimannya. Apabila bisnis kita adalah jasa informasi, maka praktis semua proses berjalan secara elektronik. *e-business* disebut juga sebagai "Dot Com Company". Sebab memang e-bisnis akan tampil di internet sebagai sebuah situs web (website). Contoh perusahaan di Indonesia yang menerapkan konsep B2B

adalah situs www.dagang2000.com milik PT Indosat Adimarga dan www.indonesianexport.com milik PT *e-Commerce* Nusantara.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- AC Nielsen, Annual Modern Retail Training, Surabaya 2005.
- Budi Rahardjo, 2004, Supply Chain Management (Introduction and its Role in Indonesian Development).
- Gimenez, Cristina dan Helena R. Lourenco, 2003. E-Supply Chain Management: Review, Implications and Directions for Future Research. Universitas Pompeu Fabra.
- Indrajit, Richardus Eko dan Richardus Djokopranoto, 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain: Cara Baru Memandang Mata Rantai Penyediaan Barang*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Jogiyanto, *Seri Panduan Praktis: Studi Kasus Sistem Informasi Supply Chain Management*. 2000
- Jogiyanto, 2000, *Analisis & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis* ed.2, cet.2. Penerbit Andi
- Levy, M. dan Barton A. Weitz, (2001), *Retailing Management*. Fourth Edition. New York. McGraw-Hill Higher Education
- McLeod, R, (2001), *Management Information System*. Seventh Edition. Prentice Hall
- Muharam, S., November 2001, Trend Industri Retail Indonesia Millenium Baru: Bagian 1: Evolusi Format Retail di Indonesia. SMfr@nchise
- Muharam, S., Desember 2001, Trend Industri Retail Indonesia Millenium Baru: Bagian 3: Pengaruh Perkembangan Teknologi dan Komputer. SMfr@nchise
- Muharam, S., Februari 2003, Meningkatkan Efektivitas Merchandising dengan Microcomputer. SMfr@nchise
- Prasetyo, F. Aries Heru, 2005, *Modul Sistem Informasi Pemasaran Ritel*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Widya Mandala
- Watanabe, Ryoichi, Februari 2001, Supply Chain Management: Konsep dan Teknologi. Majalah Usahawan